

**PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN KLINIK DR. BENNY A. DSKK  
DI SURABAYA**

**S K R I P S I**

**Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen**



**Oleh :**

**DEBBY PRICILLYA PARAMITHA**  
**0712010009 / FE / EM**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2011**

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah dan terima kasih kepada junjungan tertinggi, ALLAH SWT atas kemampuan dan kasih karunia-Nya yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KLINIK DR.BENNY A.DSKK DI SURABAYA”**.

Penyusunan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang bersedia untuk memberikan bantuan dan dukungannya baik secara materiil maupun moril kepada penulis, untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, M.P, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Dosen Wali Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Prasetyo Hadi, SE, MM, selaku Dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh staf Dosen dan Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Bunda, Ayah, kakak, dan adik-adik tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan dan bantuan materiil serta pengorbanan yang tiada henti sehingga saya dapat menyelesaikan studi ini dan dapat memberikan yg terbaik.
7. Charlee yang selalu setia memberi semangat dan keyakinan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Serta teman-temanku yang tersayang Rya, Tasya, Niar, Nophi, Muti, Icha, Rezha, Gocen yang saling mendukung slama ini dan semua teman-teman yang tak bisa disebutkan satu persatu.

Pada akhirnya penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih ada kekurangan dan perlu adanya perbaikan, oleh karenanya penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran serta masukan-masukan bagi peneliti yang lain di masa yang akan datang. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, Mei 2011

**Penulis**

# PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KLINIK DR. BENNY A. DSKK DI SURABAYA

Oleh :

Debby Pricillya Paramitha

## Abstraksi

Berdasarkan data jumlah pelanggan di klinik Dr. Benny A. DSKK periode tahun 2005 - 2009 telah mengalami penurunan. Pada tahun 2005-2006 tercatat adanya kenaikan sebesar 480 pasien, tahun 2006-2007 turun sebanyak 1200 pasien, tahun 2007-2008 terjadi penurunan lagi sebanyak 480 pasien, sedangkan pada tahun 2008-2009 terjadi kenaikan sebesar 2400 pasien. Hal ini didukung dengan data bahwa pada tahun 2005 - 2009 mengalami penurunan yang fluktuatif. Fenomena semakin menurunnya jumlah pelanggan dan kenaikan komplain pelanggan ini menunjukkan rendahnya kepuasan dan loyalitas pelanggan yang menggunakan jasa klinik Dr. Benny A. DSKK. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Klinik “Dr.Benny A.DSKK” di Surabaya

Data yang digunakan adalah data primer yaitu data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden yaitu seluruh pelanggan yang menggunakan jasa klinik Dr. Benny A. DSKK. Skala pengukuran yang digunakan adalah *semantic differential scale* dengan teknik pengukuran dengan jenjang 1-7. Teknik pengambilan sampel menggunakan *puposive sampling* yaitu metode pengambilan sampel menggunakan kriteria - kriteria tertentu, antara lain umur 17 tahun keatas dan minimal pernah 2 kali menggunakan jasa klinik Dr. Benny A. DSKK. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 110 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM untuk melihat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang menggunakan jasa klinik Dr. Benny A. DSKK.

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh tidak signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan yang menggunakan jasa klinik Dr. Benny A. DSKK

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>x</b>
 <b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
 <b>BAB II   TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori .....	8
2.2.1. Pengertian Pemasaran .....	8
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.2.3. Konsep Pemasaran.....	10
2.2.4. Tujuan Pemasaran.....	10
2.2.5. Pemasaran Jasa.....	11
2.2.5.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	11

2.2.5.2. Karakteristik Jasa .....	12
2.2.6. Kepuasan Pelanggan .....	12
2.2.6.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	12
2.2.6.2. Indikator Kepuasan Konsumen .....	14
2.2.7. Loyalitas Pelanggan .....	15
2.2.7.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	15
2.2.7.2. Variabel Loyalitas Pelanggan .....	18
2.2.8. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	18
2.3. Kerangka Konseptual.....	20
2.4. Hipotesis.....	21

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	22
3.1.1. Definisi Operasional.....	22
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	24
3.2. Teknik Penentuan Sampel.....	25
3.2.1. Populasi .....	25
3.2.2. Sampel.....	25
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3.1. Jenis Data .....	26
3.3.2. Sumber Data.....	26
3.3.3. Pengumpulan Data .....	26
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	27
3.4.1. Uji Outlier Univariat dan Multivariat .....	27

3.4.1.1. Uji Outlier Univariat.....	27
3.4.1.2. Uji Outlier Multivariat .....	28
3.4.2. Uji Reliabilitas dan Validitas	
3.4.2.1. Uji Validitas .....	29
3.4.2.2. Uji Reliabilitas.....	29
3.4.3. Uji Normalitas Data .....	29
3.4.4. Pemodelan SEM ( <i>Structural Equation Modeling</i> ) ...	30
3.4.5. Uji Hipotesis .....	33

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian.....	36
4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden .....	36
4.1.2. Deskripsi Kepuasan Pelanggan (X).....	37
4.1.3. Loyalitas Pelanggan (Y).....	39
4.2. Analisis Data .....	41
4.2.1. Evaluasi Outlier .....	41
4.2.2. Evaluasi Reliabilitas .....	43
4.2.3. Evaluasi Validitas .....	44
4.2.4. Evaluasi <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i> .....	45
4.2.5. Evaluasi Normalitas .....	46
4.2.6. Analisis Model <i>One – Step Approach</i> to SEM .....	47
4.2.7. Uji Kausalitas .....	51

4.3. Pembahasan.....	52
4.3.1. Pengujian Hipotesis Hubungan Kepuasan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	52

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	54
5.2. Saran.....	55

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR LAMPIRAN**





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data jumlah pelanggan dan pendapatan pertahun periode tahun 2005 – 2009.....	3
Tabel 3.1. <i>Goodness of fit Index</i> .....	35
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	36
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah/Tidaknya Responden Menggunakan Jasa Minimal 2 Kali .....	37
Tabel 4.3. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (X) .....	38
Tabel 4.4. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan (Y) .....	40
Tabel 4.5. <i>Residuals Statistics</i> .....	42
Tabel 4.6. <i>Pengujian Reliability Consistency Internal</i> .....	43
Tabel 4.7. <i>Standardize Faktor Loading dan Construct dengan Confirmatory Factor Analysis</i> .....	44
Tabel 4.8. <i>Construct Reliability dan Variance Extracted</i> .....	45
Tabel 4.9. <i>Assessment Of Normality</i> .....	46
Tabel 4.10. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Model <i>One- Step Approach – Base Model</i> .....	48
Tabel 4.11. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Model <i>One- Step Approach – Eliminasi</i> .....	49
Tabel 4.12. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Model <i>One- Step Approach – Eliminasi Modifikasi</i> .....	50
Tabel 4.13. Uji Hipotesis Kausalitas.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	20
Gambar 4.1. Model Pengukuran & Struktural Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan Model Spesifikasi : One Step Approach – Base Model .....	48
Gambar 4.2. Model Pengukuran & Struktural Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan Model Spesifikasi : One Step Approach – Eliminasi Model .....	49
Gambar 4.3. Model Pengukuran & Struktural Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan Model Spesifikasi : One Step Approach – Eliminasi Modifikasi Model .....	50



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (X) Dan Loyalitas Pelanggan (Y)

Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Trend dapat menyebabkan terjadinya perubahan pada segmen pasar yang ada. Dengan semakin banyaknya klinik-klinik kecantikan menyebabkan semakin banyak pula pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen, hal ini akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk dapat memilih dan membeli produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Akibatnya persaingan antara perusahaan semakin ketat, karena setiap perusahaan mempertahankan pangsa pasar dan mengembangkan usahanya.

Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen, karena pada dasarnya konsumen akan membeli suatu produk yang dapat memuaskan keinginannya tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi manfaat dari produk tersebut. Hal ini bukanlah sesuatu yang mudah untuk dilaksanakan karena kebutuhan akan selera konsumen bersifat kompleks dan dinamis. Ini berarti perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan kualitas produk yang diinginkan konsumen dengan jalan menganalisa perilaku dan selera konsumen, akhirnya perusahaan diharapkan dapat menetapkan efisiensi dan efektifitas strategi pemasaran demi pencapaian tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen dengan biaya yang seminimal mungkin.

Perusahaan harus mampu bersaing, salah satunya dengan memberikan kepuasan terhadap konsumennya. Menurut Kotler (2002 : 09) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Kadang-kadang kita akan memakai istilah lain untuk produk, seperti penawaran (*offering*) dan pemecahan (*solution*). Produk atau jasa penawaran dapat dibedakan menjadi tiga jenis : barang fisik, jasa dan gagasan.

Klinik Dr.Benny A.DSKK di Surabaya merupakan salah satu perusahaan klinik kecantikan kulit dan kelamin yang berdiri sejak ± desember 1997. Pada tahun 2005 sampai tahun 2009 mengalami penurunan yang fluktuatif. Dan pada tahun 2007-2008 diketahui adanya keluhan yang disampaikan pelanggan berkaitan dengan pelayanan yang diterima oleh pelanggan. Adapun keluhan yang disampaikan oleh pelanggan antara lain adalah sebagai berikut:

1. Kurang lengkapnya peralatan.
2. Kurangnya lahan parkir.
3. Tidak ditemukan beberapa kebutuhan pasien seperti misalnya suntik pemutihan (vit.c) di klinik tsb.
4. Pasien terlalu banyak yang berbicara sehingga menimbulkan kebisingan.

Banyaknya jumlah keluhan diatas, diduga menyebabkan penurunan jumlah pelanggan. Adapun jumlah pendapatan pada tahun 2005-2009 sebagai berikut :

Tabel 1: Data jumlah pelanggan dan pendapatan pertahun periode tahun 2005 – 2009.

Periode	Jumlah Pelanggan (orang)	Pendapatan (Rp)
2005	4800	960.000.000
2006	5280	1.032.000.000
2007	4080	840.000.000
2008	3600	780.000.000
2009	6000	1.152.000.000

Sumber : Internal Perusahaan

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2005-2009 klinik Dr.Benny A.DSKK mengalami penurunan jumlah pelanggan sebagai berikut : tahun 2005-2006 tercatat adanya kenaikan sebesar 480 pasien, tahun 2006-2007 turun sebanyak 1200 pasien, tahun 2007-2008 terjadi penurunan lagi sebanyak 480 pasien, sedangkan pada tahun 2008-2009 terjadi kenaikan sebesar 2400 pasien.

Hal ini disebabkan karena pada tahun 2007 banyak bermunculan klinik-klinik kecantikan yang menawarkan pelayanan yang lebih lengkap, sehingga banyak konsumen yang mencoba untuk berpaling ke klinik kecantikan lain yang menawarkan pelayanan tersebut. Dengan adanya permasalahan penurunan pelanggan di klinik Dr.Benny A.DSKK, apakah di dalamnya terdapat kepuasan yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan pada klinik Dr.Benny A.DSKK.

Kunci keberhasilan dalam memenangkan persaingan adalah harus memahami kondisi pesaing, para pesaing tentu tidak mau tinggal diam dalam menghadapi pemain baru dalam bidang yang sama. Sementara itu pesaing yang berposisi sebagai pemimpin pasar tentunya berusaha mempertahankan posisinya bagaimanapun caranya.

Lupiyoadi (2006:192) mendefinisikan Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja jasa yang diterima dan diharapkan. Perusahaan akan selalu menyadari pentingnya faktor pelanggan oleh karena itu mengukur tingkat kepuasan pelanggan sangatlah perlu. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, meningkatnya efektivitas iklan.

Menurut Lupiyoadi & Hamdani (2006:195) Kesetiaan konsumen tidak terbentuk dalam waktu singkat tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman dari konsumen itu sendiri dan pelanggan yang mengalami kepuasan tinggi cenderung bertahan pada penyedia jasa. Signifikansi loyalitas pelanggan sangat terkait dengan kelangsungan perusahaan dan terhadap kuatnya pertumbuhan perusahaan dimasa datang, agar perusahaan mampu mempertahankan tingkat laba yang stabil, kedewasaan dan persaingan bisnis begitu tajam strategi defensif seperti berusaha untuk mempertahankan pelanggan yang ada saat ini lebih penting dibanding strategi agresif seperti memperluas pasar dengan menggaet konsumen potensial.

Dan indikator dari kepuasan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah : “(X<sub>1</sub>) Kualitas Jasa ; (X<sub>2</sub>) Bentuk Fisik ; (X<sub>3</sub>) Keandalan ; (X<sub>4</sub>) Respon dan Cara Pemecahan Masalah ; (X<sub>5</sub>) Jaminan ; (X<sub>6</sub>) Pengalaman karyawan ; (X<sub>7</sub>) Kualitas Hubungan.

Sedangkan loyalitas pelanggan dapat diukur oleh beberapa indikator, yaitu: (Y<sub>1</sub>) Melakukan pembelian ulang ; (Y<sub>2</sub>) Tidak tertarik pada pelayanan klinik lain ; (Y<sub>3</sub>) Menarik pelanggan baru.

Keberhasilan suatu perusahaan mendapatkan kepercayaan pelanggan tentu tidak terlepas dari pemasaran yang tepat. Pemasaran pada dasarnya mencari suatu tanggapan perilaku dari pihak lain dan suatu perusahaan menginginkan tanggapan berupa pembelian. Pembelian merupakan hasil dari suatu proses dimana didalamnya terdapat serangkaian tindakan yang terlibat secara langsung yang disebut perilaku konsumen sehingga pada akhirnya serangkaian tindakan ini akan menghasilkan suatu pilihan. Pembeli akan merasa puas setelah pembelian bergantung pada kinerja penawaran sehubungan dengan harapan pembeli.

Untuk mendapatkan pengetahuan tentang hal itu akan merupakan suatu hal yang teramat penting bagi para pelaku pasar, karena konsumen yang beralih pada produk atau merek lain merupakan kerugian bagi perusahaan dimasa mendatang. Hal tersebut dapat menjadi lebih buruk lagi apabila harus diperhitungkan pula biaya untuk mendapatkan konsumen baru, biaya untuk mempertahankan konsumen baru tersebut dan sebagainya. Ini semua mengingat semakin ketatnya persaingan, sehingga menuntut kejelian para pemasar untuk mewaspadaai segala sesuatu serta mengantisipasinya, dengan demikian eksistensinya bisa tetap dipertahankan dalam jangka panjang dan perusahaan akan mendapatkan keunggulan daya saing yang berkelanjutan. Oleh sebab itu berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin membuat penelitian tentang **“Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Klinik “Dr.Benny A.DSKK” Surabaya”**.



## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas maka perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Klinik “Dr.Benny A.DSKK” di Surabaya ?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

Untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Klinik “Dr.Benny A.DSKK” di Surabaya.

## 1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain :

- a. Bagi perusahaan kiranya penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi tentang kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- b. Bagi pembaca kiranya penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya penelitian yang berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan.